

アリミノ初のクリームシャンプーが登場！ 新ラインが仲間入りした「ミント」で商品棚づくりの秘訣 & お客様への提案のポイントを解説！

May 9.2024

2024年4月、アリミノの夏の定番「ミント」に新ライン「ナイトケア」シリーズが登場。「夏の睡眠時間を科学する」というコンセプトのもと開発された本ラインでは、アリミノ初のクリームシャンプー「ミント　シャンプー　ナイトクリーム（以下、シャンプー　ナイトクリーム）」と、アウトバスのミルク「ミント　ミルク　ナイトセラム（以下、ミルク　ナイトセラム）」が仲間入りしました。

そこで今回は、前職の経験を活かし、VMD※（ヴィジュアルマーチャンダイジング）の臨店講習も行っている札幌支店の金戸弘大（かねと こうた）が、効果的な商品棚づくりのコツを、「ミント」シリーズを使ってレクチャー。さらに後半では、商品開発部の村岡拓実（むらおか たくみ）が、新ライン「ナイトケア」を開発した理由や商品の特長、使い方のポイントやお客様へのおすすめの仕方を解説します。

※VMD：内装や商品棚のレイアウト、商品の配置をプランニングし、視覚的な効果によって顧客に商品を訴求するマーケティング手法

重要なのはきれいに並べることではない？！ お客様の目に留まる商品棚づくりの秘訣



商品棚をつくる時は「おしゃれにしたい」「にぎやかで鮮やかに飾ろう」と気合を入れたくなるもの。しかし、講習ではまず「棚づくりは、きれいに並べることが目的ではない」とお伝えしています。

「商品棚には、大きく分けて2つの役割があります。商品についてアピールし注目を惹く『ディスプレイ』、そしてお客様が購入を検討する『買い場』です。洋服店でいえば、マネキンやショーウィンドウと、実際に服が並んでいるラックのようなイメージ。どちらの役割なのかしっかり意識して、お客様にとって必要な情報が届くように棚をつくっていきましょう」（金戸）



サロンによっては、ディスプレイと買い場が別の場所にあることや、買い場がディスプレイの役割も担う場合もあります。

今回は、すぐに取り入れられる「買い場」の3つのポイントと、「ディスプレイ」のコツをご紹介します。

Profile



金戸弘大　Kota Kaneto
株式会社アリミノ 札幌支店

2019年アリミノ入社。アパレルブランドにてフラッグシップショップの店長として勤務した経験を活かし、現在は営業業務のほか、VMDに関する講習を実施。物販・小売業界のノウハウをサロン様にお伝えすることで「店販の接客機会」を増やすサポートを行っている。

■ 今すぐ実践できる！「買い場」の棚づくりのポイント



■ ポイント1：セグメントがカギ！ 配列にリズム感を持たせることで、お客様の目に留まりやすくなる

商品の置き方は、配列に規則性を持たせることがポイント。リズム感と統一感が生まれ、お客様の目に留まりやすくなります。さらに、情報が整理されて商品の比較がしやすくなるため、美容師さんが商品を紹介する際も説明しやすくなり、お客様の購入検討にも自然とつながりやすくなります。

規則性の持たせ方は、「新商品と定番商品」「パッケージの色」など、さまざまな軸があるでしょう。今回は、「新商品と定番商品」を分けて、新商品である「ナイトケア」シリーズを右に配置。さらに全体で「クール感」が左に行くほど強くなるよう、冷たさの順番で並べてみました。

大切なのは、棚の配列からお客様にサロン・美容師さんの意図や戦略が伝わること。まずは、お客様の目線に立って、商品を並べてみましょう。

■ ポイント2：注目商品にはPOPを配置！ アピールポイントをしっかり伝えよう

POPは視覚的に商品や特長をアピールするのに最適なアイテム。特に注目してほしい商品には、POPを用意するのがおすすめです。商品の使い方やおすすめのポイントなど、お客様が購入を検討する際に参考となる情報を入れましょう。ここで気をつけたいのが、情報が過不足なく入っていること。お客様にとって必要な情報を取捨選択して伝えるように意識して、要点を絞ることが重要です。例えば、キャンペーン中の商品には「実施期間」や「キャンペーンの内容」といった情報が必要ですよね。

また、POPのデザインは、商品のブランドカラーやモチーフを意識すると、棚全体にまとまりが生

まれます。他にも、夏の定番シリーズである「ミント」なら、海やかき氷、夏の涼をイメージしたデザインにしてみてもいいかもしれません。ただし、POPはあくまでサポート役。商品の重要な情報をお客様に届けることが目的です。デザインの凝ったPOPの作成が目的にならないよう、注意しましょう。

※本記事の参考写真は棚の大きさの関係でPOPを配置しておりません

■ ポイント3：プライスカードは必ず置こう！

サロンさんによっては、値段は口頭で説明する場合もあるかもしれませんが、私の講習では、商品とセットにしておくのが良いとお伝えしています。お客様が視覚的にも商品価格をわかるようにするためです。

例えば、洋服店でTシャツを手に取ったとしたら、何を見ますか？ 多くの方は、素材やデザインのほかに、値段を見ますよね。どんなに良い商品だとしても、価格がわからなければ購入するかどうかは判断できないものです。

サロンの商品棚も、同様です。シンプルなことですが、プライスカードは必ず置くようにしましょう。アリミノでもプライスカードをご用意しておりますので、お気軽にアリミノ営業にお問い合わせください。



アリミノで用意している「ミント」のプライスカード

■ アイキャッチをつくろう！ お客様の目を惹く、効果的なディスプレイのポイント



効果的なディスプレイで最も重要なのは、アイキャッチをつくること。その一つの方法としておすすめなのが「三角構図」です。

商品がただ横一列に並んでいたら、全体にメリハリがなく、どこに注目したら良いか曖昧になってしまいがちです。そこで「三角構図」では、中心が高く、左右が低くなるように商品を配置し、三角形をつくります。こうすることで、自然と一番高さのある中央にお客様の目が集まりやすくなります。

中央の高さは、POPやグラフィック素材を活用することもオススメです。商品のコンセプトが伝わるようなアイテムがあると、お客様も興味を持ちやすくなるはずです。今回は「ミント」のグラフィック素材を中心に、左に「ミント」定番のライン、右に「ナイトケア」シリーズを配置しました。



グラフィック素材やPOPの参考例

もちろん、三角構成の他にも、アイキャッチをつくる方法は多数あります。例えば、スポットライトを使って商品を目立たせることもできるでしょう。お店の商品棚に合わせて工夫してみてください。

■ まとめ：商品棚の目的は「お客様とのコミュニケーションのきっかけ」になること！

商品棚は、お客様と商品との接点をつくる第一歩。見せ方の工夫一つで、お客様から「あの商品、新しいのね」「どんなアイテムなの？」などの反応が生まれることもあります。リアクションに何かしらの変化が見えたら、それは効果的な棚づくりができているということです。

今回はどのサロンさんでも取り入れやすいポイントをご紹介しましたが、これだけが正解ではありません。店舗や棚の形と大きさによっても、より良い配置の仕方は変わってきます。ですから、お客様の声をフィードバックに、いろいろな工夫をしてみてください。

> 程よく爽やか、しっとりまとまる仕上がりの新ライン「ナイトケア」シリーズ。使い方やお客様への案内のポイントを開発担当者が解説！

今回「ミント」シリーズに仲間入りした新ライン「ナイトケア」、クリームシャンプーの「シャンプー　ナイトクリーム」と、アウトバスの「ミルク　ナイトセラム」。クリームシャンプーはアリミノ初、サロン専売品はまだまだ少ない商品です。なぜ今、「シャンプー　ナイトクリーム」と「ミルク　ナイトセラム」を開発したのか。その狙いや特長、使い方、お客様へのご提案のポイントを、商品開発部の村岡がご紹介します。

Profile



村岡拓実　Takumi Muraoka
株式会社アリミノ 商品開発部

2020年アリミノ入社。営業部から商品開発部に異動し、以来、「ミント」や「スプリナージュ」ブランドに携わる。「ミント」の新ライン「ナイトケア」シリーズでは企画の立ち上げから参画している。

■ 夏の睡眠は、髪のダメージに要注意！ 睡眠時間中に髪と頭皮を集中ケアする「ナイトケア」シリーズ

――新ライン「ナイトケア」は、「夏の睡眠を科学する」がコンセプトだと伺いました。

村岡：はい。夏は日中も紫外線ダメージや空調による乾燥で、髪にダメージが蓄積しやすい時期です。さらに蒸し暑い夜は寝苦しく寝返りが多くなり、枕や布団との摩擦によるダメージが起きやすくなります。また、睡眠時にも空調をつけていれば髪の乾燥がいっそう進み、パサつきが気になりやすくなるでしょう。

そこで、ダメージケアと保湿ケアを同時に叶え、寝ている間もしっかりケアするアイテムとして、「ナイトケア」シリーズの「シャンプー　ナイトクリーム」と「ミルク　ナイトセラム」を開発しました。

――確かに、夏場は寝返りが多くなります。それが摩擦ダメージにつながっているのですね。「ナイトケア」では、どのようにして睡眠中のケアを実現しているのでしょうか？

村岡：「シャンプー　ナイトクリーム」と「ミルク　ナイトセラム」、どちらも独自の「シルクムーン処方」を採用しました。補修成分の「シルク成分※1」と、保湿成分の「月見草油※２」を配合しています。この2つの成分によって、乾燥や摩擦によるダメージを軽減しながら、保湿ケアにもアプローチします。



村岡：ちなみに「シルクムーン」という名前も、2つの成分から取っているんですよ。「シルク成分」の“シルク”と、「月見草」の“月”を英語にして“ムーン”。女性に興味を抱いていただけるようなキャッチーな言葉で、滑らかさと夜のイメージを導くようにと名付けました。

※１　シルク成分：（ジヒドロキシメチルシリルプポキシ）ヒドロキシプロピル加水分解シルク（補修成分）
※２　月見草油（保湿成分）

――「シルクムーン」と聞くと、贅沢でリッチな夜が想像されますね。

村岡：ありがとうございます。まさに、「今日は自分にご褒美」「いつもより楽に、だけどちょっとリッチに」という気分でリラックスしながら使っていただきたいですね。

「ミント」シリーズは、クール系のシャンプーです。男女ともに幅広いお客様が毎夏の楽しみにしてくださっていますが、まだまだクール系やスカルプ系のシャンプーに「男性のもの」「清涼感が強すぎる」といったイメージを抱いている女性も一般的にはいらっしゃいます。今回の「ナイトケア」ラインで、そんな女性にも「ミント」を手に取ってもらえたらと思っています。

――名前だけでなく、ボトルのパッケージデザインも女性が手に取りやすい印象です。

村岡：そこも、開発にあたってこだわったポイントです。落ち着いた夜と快適な眠りの時間を感じていただけるように、色や柔らかなリズムのある波模様などを考えデザインしました。また、銀箔のラインも入っているんですよ。光に当たるとキラリとして、高級感や特別感を演出してくれます。



■「シャンプー　ナイトクリーム」は1本でシャンプーもトリートメントも完了！ リッチなケアを時短で叶える新アイテム



――今回、特に注目なのが、「シャンプー　ナイトクリーム」です。アリミノ初のクリームシャンプーという点も伺いたいのですが、その前に。「ナイトケア」シリーズには、トリートメントはないのでしょうか？

村岡：そうなんです。それが、クリームシャンプーの最大の特長で、1本でシャンプーとトリートメントの両方の役割を担ってくれます。だから、夏のバスタイムの時短にもつながるんですよ。

――サロン専売品でシャンプーとトリートメントが1本に含まれるというのは、意外です。最近、一般市場では見かけることが増えた「クリームシャンプー」ですが、もう少し具体的にどのようなものか教えてください。

村岡：クリームシャンプーは、クリーム状の泡立たないシャンプーで、保湿・ダメージケアの成分も含まれており、トリートメントの役割も果たすアイテムです。シャンプーにトリートメントを加えたのではなく、トリートメント成分をベースにシャンプーの成分を加えたイメージですね。

シャンプーとトリートメントを1本でと聞くと、ダメージケアが弱くて髪がきしんだり、結局別でトリートメントをしたりと想像されるかもしれませんが、クリームシャンプーはベースがトリートメントなので、ケアや保湿にアプローチしたまとまりのある仕上がりをつくれます。

大切なのが、このトリートメント成分とシャンプー成分のバランス。「シャンプー　ナイトクリーム」の処方開発では、いかにケア力を高めながら、洗浄力も担保するかに注力しました。

――では、「シャンプー　ナイトクリーム」の特長を教えてください。

村岡：第一の特長は、肌なじみが良く、頭皮にうれしい成分を選んでいるところ。先ほどの「シルクムーン処方」でお話しした月見草油（保湿成分）や、ピンククレイ※3などを配合しています。月見草油は、スキンケア製品でも使われることが多く、肌なじみが非常に良い保湿成分。ピンククレイは頭皮の汚れを吸着させて落としながら、毛先までケアしてくれます。

また、汚れの洗浄については、シャンプー成分、クレイ成分、独自の界面活性剤など3つの洗浄成分を組み合わせ、夏の汗や埃による汚れを落としながら保湿を担保するように設計していきました。

これらの髪をケアする成分と洗浄成分の組み合わせによって、しっとりまとまる仕上がりにつくりあげています。

※3　ピンククレイ：カオリン（皮脂吸着剤）



――クリーム状のシャンプーと聞くとマイルドなイメージがありますが、「ミント」の特長であるクール感とはどのようなバランスになっているのでしょうか？

村岡：そこは開発で最も苦労したことの一つかもしれません。クール系シャンプーになじみの浅い方にも手に取っていただけるように、一方で夏の夜を快適にするクール感もあるようにと考え、さまざまなバランスを検討しました。最終的には、「ミント　マイルドリフレッシュ」と同じマイルドなクール感になりました。シャンプー中は心地よい程度にスーっとして、髪の仕上がりはしっかりまとまるような使い心地です。程よいクール感によって、トリートメントをベースにしたクリームシャンプーでありながら、ベタつかずにさっぱりする絶妙なバランスが実現できたと思います。

また、香りはアロマやポプリなどでも人気が高いホワイトラベンダーを採用しました。クール感だけでなく、よりリラックスできる時間の演出を大切にして全体を設計しています。

■ ポイントはしっかりなじませること。「シャンプー　ナイトクリーム」の使い方

――クリームシャンプーは使うのが初めてという美容師さんもお客様もいらっしゃると思います。「シャンプー　ナイトクリーム」の使い方を教えてください。

村岡：まずはお湯で頭皮と髪の汚れを落とす「予洗い」をします。その後、3プッシュほどを手に取り、生え際・頭頂部・えり足を中心に、髪をかき分けて頭皮に点で置いていきます。そして、頭皮全体に行き届くよう、しっかりと揉み込んでなじませます。

頭皮全体に塗布できたら、次は指の腹で頭皮全体をやさしくほぐすようにマッサージし、さらにしっかりとなじませてください。目安の時間は120秒。ここで頭皮用のブラシを使うとクレンジング効果が高まり、さらにマッサージ効果で頭皮の血行促進にもつながるので、おすすめです。

ここまでは頭皮へのアプローチ。シャンプーがしっかりなじんだら、今度は適量を追加でプッシュして手に取り、毛先にもなじませてください。ショートヘアなら1プッシュ、ミディアムヘアなら2プッシュ、ロングヘアなら3プッシュが目安です。トリートメントを塗布するようなイメージで、毛先から中間部分へ揉み込むようになじませましょう。

頭皮・髪、どちらもしっかりなじませられたら、シャワーで洗い流します。クリームのぬめり感がなくなったら、しっかり洗い流せた目安です。



――注意点はありますか？

村岡：基本的にはどんな髪質やヘアスタイルのお客様にも使っていただけるアイテムですが、強いて注意点を挙げるとすれば、クリームシャンプーは頭皮に優しい反面、洗浄力は比較的マイルドなことですね。スタイリングで軽めのオイルやバームを使っている場合は、予洗いをしっかりしてください。また、ハードなスタイリング剤を使用している場合は、通常ラインの「ミント」で一度シャンプーをしていただくのが良いと思います。

また、お客様には「泡立たない」ことをしっかりご説明しましょう。普段、泡立つシャンプーを使っている方は、「泡立つ＝汚れが落ちている」というイメージを持たれていて、泡立たないことに不安を覚えるかもしれません。ですから、「マッサージでしっかりなじませることで汚れを落としていく」「洗い流しはぬめり感がなくなるまで」ということを、十分にお伝えいただくことが大切だと思います。

■爽やかさでドライヤーが快適に。寝ている間に髪を補修する「ミルク　ナイトセラム」



――「ミルク　ナイトセラム」の特長も教えてください。

村岡：「ミルク　ナイトセラム」は、シルクムーン処方で睡眠中のダメージをケアするアウトバスアイテムです。また、天然種子の成分※4が含まれており、髪の外側に皮膜をつくってより潤いをキープしてくれます。「シャンプー　ナイトクリーム」でしっかりケアして、まとまりのある仕上がりにする。さらに、「ミルク　ナイトセラム」で外側からコーティングして、睡眠中のダメージを軽減するというイメージです。

※4　天然種子成分：グアーヒドロキシプロピルトリモニウムクロリド（保湿成分）

――使い方のポイントがあれば、教えてください。

村岡：基本的にはドライヤーの前につけていただくのがおすすめです。「ミルク　ナイトセラム」にも冷感成分が少し入っているので、ドライヤー中もひんやりして快適に過ごせると思います。また、「ナイトケア」のラインとして発売していますが、朝のセット時や日常のヘアケアに使っていただいても、爽やかなクール感でスッキリ過ごしていただけると思いますよ。

■ 夏のヘアケアに新たな選択肢を。シャワータイムを時短で贅沢にする、お客様へのご提案

――「シャンプー　ナイトクリーム」と「ミルク　ナイトセラム」は、お客様へどのようにご提案するのが良いでしょうか？

村岡：一番は、暑くてやる気が起きにくい夏に「時短で、髪をケアできるアイテムがあるんですよ」とお伝えするのがおすすめです。忙しい毎日、夏場の気だるさで何をするにも億劫に感じているけれど、やはりケアはしたいしきれいになりたいというお客様はたくさんいらっしゃるでしょう。そんな方にご提案しやすいアイテムだと思います。

特長のあるアイテムなので、他にもさまざまなアプローチが考えられますね。トレンドに敏感な方には「クリームシャンプーって聞いたことありますか？」と切り出すと、反応があるかもしれません。ヘッドスパやトリートメントが好きな方には、シャンプーの仕方が注目される可能性もあります。クール系シャンプーが苦手という方にも「さっぱりするけれど、しっとりまとまる仕上がりの商品が出たんですよ」と伝えてみると、使ってみていただけるかもしれません。

また、普段は定番の「ミント」を、少し疲れて時短で済ませたいなという日に「ナイトケア」シリーズでスペシャルケアをといった使い方のご提案も、おすすめです。

――最後に、これから新ラインの「ナイトケア」を使われるサロンさん・美容師さんへ、メッセージをお願いします。

村岡：クリームシャンプーは近年、美容系のネットショップなどで流行しはじめた、一般市場でいま注目のアイテムです。一方で、人気が出はじめたのはここ最近なので、まだサロン専売品でほとんど聞きません。「シャンプー　ナイトクリーム」は、成分・使用感・仕上がり、そしてパッケージデザインといったところまで、美容メーカーのアリミノだからこその、こだわりが詰まった商品となっています。きっと、お客様への新しい提案になると思います。夏のヘアケアの新たな選択肢にしていただけると、うれしいです。

アリミノでは、新ライン「ナイトケア」の発売に合わせて、サロン様へのプレゼントキャンペーンとしてシャンプーブラシを数量限定でご用意しています。スパでご利用いただいたり、お客様にお渡ししたりと、「シャンプー　ナイトクリーム」の販促にご活用いただければと考えています。他にも、美容師様向けの提案書やサロンメニュー例など、さまざまなサポートアイテムをご用意しております。導入を考えられたり、どのようにお客様にご提案していくか検討されたりしている方は、お気軽にご相談ください。

（取材・文／A PRESS編集部）